

学校编码: 10384
学号: 17620111151289

分类号_____密级_____
UDC_____

硕 士 学 位 论 文

社会网络关系与企业绩效 ——竞争战略的调节作用

Social Networks and Firm Performance ——The Moderating Effects of Competitive Strategies

郑 翔

指导教师姓名: 刘雪锋 副教授

专 业 名 称: 企业管理

论文提交日期: 2014 年 4 月

论文答辩时间: 2014 年 5 月

学位授予日期: 2014 年 6 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2014 年 5 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为()课题(组)的研究成果，获得()课题(组)经费或实验室的资助，在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1.经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2.不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘 要

当今社会，企业之间的竞争已经不仅仅依靠于其内部所拥有的资源，往往还和其网络关系中信息、渠道等各种外在资源有关。在这种背景下，处于各种复杂企业网络环境中的企业必然会通过其所在企业网络关系来获取外部资源，从企业网络中掘取各种异质性资源，从而取得竞争优势。因而，企业网络关系对于企业的发展来说是一个非常重要的因素。

本文先从理论上探究在中国的社会背景之下，企业与其所处企业网络的关系，接着根据企业网络关系的几个重要特征——中心度、结构洞度和关键关系，探究企业所处的企业网络关系与其自身业绩的关系，同时引入波特的战略管理理论和社会网络理论相结合，探讨了不同竞争战略在企业网络关系对企业绩效的影响中的权变作用。

在实证部分，本文数据来源有两部分：福建永福 106 家企业的问卷数据和通过 Ucinet6 软件计算出的企业网络数据。通过这两份异源数据，验证了在新的情境下企业网络关系中中心度、结构洞度、关键关系对企业绩效的积极影响，反映了在中国强关系社会这一文化背景之下，社会网络关系对于提升企业绩效的积极意义。然后在验证两种竞争战略的调节作用，发现低成本战略对中心度、关键关系与企业绩效的积极影响中有着正向的调节作用，差异化战略对关键关系与企业绩效的积极影响中有着反向的调节作用。

最后本文通过数据样本中几个典型案例具体分析和解释了企业在复杂企业网络中如何处理企业网络关系和设定战略以实现发展壮大的具体过程。这些研究将对国内企业在企业网络中的网络关系维护和竞争战略选择提供一些建设性的建议。

关键词： 社会网络； 企业绩效； 竞争战略

Abstract

Nowadays, competitions between firms don't only rely on their own internal resources, but also relate to the various external sources, such as information and channels of their social network. In this background, firms in a complex environments would more likely to get the external resources through their social network relationships, digging various heterogeneous resources, and then gaining their own competitive advantages. Thus, the firm social network is a very important factor to the development of firms.

Firstly, this paper argues about the relationship between firms and their social networks under the China's social context. Then this paper focus on the relationships between firms' networks and their performances based on several important characteristics of the social network-the centrality, the structural holes and the key relationships. After that, this paper introduces the Porter's strategic management theory, discussing the contingency effects of different competitive strategies in influencing the relationships between the firms' network and their performances.

In the empirical study part, our data comes from two resources: questionnaire data from Fujian Yongfu 106 firms and date calculated by Ucinet6 software. this paper verify that the firms' network relationships, which include the centrality, the structural holes and the key relationships, have a positive impact on firms' performance. Then this paper also verify the moderating effect of two competitive strategies. The empirical results reflect that the relationship between the centrality and the firms' performance was impacted positively by low-cost strategy, and the relationship between the key relationships and the firms' performance was the same. But the differentiation strategy has a negative impact on the relationship between the key relationships and the firms' performances.

Finally, this paper argue about the ways of firms to deal with the relationship with the social network and how firms set strategies to achieve specific process by the analysis of several typical cases. These studies will provide some suggestions about how domestic firms deal with the social network and competitive strategies to improve their performances.

Keywords: Social Networks; Firm Performance; Competitive Strategies

目 录

第一章 绪论	1
1.1 研究背景和研究问题的提出	1
1.2 基础概念定义	2
1.3 研究步骤	4
第二章 相关理论和研究的回顾	5
2.1 社会网络理论回顾	5
2.1.1 弱联系优势理论	7
2.1.2 结构洞理论	8
2.1.3 嵌入性理论	9
2.1.4 强联系优势理论	9
2.2 现有企业网络关系理论研究	10
2.2.1 企业网络关系的形成	10
2.2.2 企业网络关系的影响	11
2.3 战略理论简要回顾	12
2.4 理论小结	14
第三章 理论模型的提出和研究假设	16
3.1 企业网络关系的分析视角	16
3.1.1 企业网络的关系特征	17
3.1.2 企业网络的结构特征	18
3.2 关键关系	20
3.3 企业竞争战略的调节作用	21
3.3.1 低成本战略的调节作用	22
3.3.2 差异化战略的调节作用	24
第四章 实证研究	27
4.1 量表设计	27
4.2 数据收集	29
4.3 分析方法和工具	30
4.4 基础数据分析	31
4.4.1 样本特征	31
4.4.2 网络关系分析	31
4.4.3 描述性统计	33
4.4.4 信度分析和效度分析	34
4.4.5 相关性分析	35

4.4.6 回归分析.....	36
4.5 实证结果分析	38
第五章 案例分析	40
5.1 案例 1 永德花卉的低成本发展	40
5.2 案例 2 昕欣花卉的差异化突围	43
5.3 案例 3 兴中园林的桂花.....	47
5.4 案例分析小结	50
第六章 讨论和结论	52
6.1 研究结论与贡献.....	52
6.2 管理启示.....	54
6.3 研究局限与展望.....	54
参考文献	56
附 件	62
附件 1 企业网络关系对企业绩效的影响的实证研究调查问卷.....	62
附件 2 西山地区网络关系调查问卷.....	64
致 谢	66
在学期间的研究成果及发表的学术论文	67

Contents

Chapter1 Introduction	1
1.1 Research Background.....	1
1.2 Basic Concept	2
1.3 Research Framework.....	4
Chapter2 Literatures Review	5
2.1 The History of Social Network	5
2.1.1 Weak Ties Theory	7
2.1.2 Structural Holes Theory	7
2.1.3 Embeddedness Theory	8
2.1.4 Strong Ties Theory.....	9
2.2 Literature Review of firms' social network	10
2.2.1 The Formation of Firms' Social Network	10
2.2.2 The Influence of Firms' Social Network	11
2.3 Literature Review of Strategy Management	12
2.4 Theory summary	14
Chapter3 the Theoretical Model and the Hypothesis.....	16
3.1 The Analysis of Firms' Social Network.....	16
3.1.1 The Relationship Strength of the Firms' network.....	17
3.1.2 The Structure of Firms' Social Network	18
3.2 The Key Relationship	20
3.3 the Contingency Effects of Different Competitive Strategies	21
Chapter4 Empirical Analysis.....	27
4.1 The Scale Design	27
4.2 Data Collection.....	29
4.3 Analysis Method.....	30
4.4 Data Analysis	31
4.4.1 Sample characteristics.....	31
4.4.2 The Analysis of the Network Relationships.....	31
4.4.3 Descriptive Statistics.....	33
4.4.4 Reliability analysis and Validity analysis	34
4.4.5 Correlation Analysis	35

4.4.6 Regression analysis	36
4.5 The Empirical Results Analysis	38
Chapter5 the Case Study.....	40
5.1 Case 1	40
5.2 Case 2	43
5.3 Case 3	47
5.4 The case study summary	50
Chapter6 Conclusion	52
6.1 The Research Conclusions and Contributions	52
6.2 implications.....	54
6.3 Limitation and Future Study	54
References	56
Appendix.....	62
Acknowledgements.....	66
Scientific Research Achievements	67

第一章 绪论

1.1 研究背景和研究问题的提出

现如今，企业之间的竞争已经不仅仅局限于其所拥有的内部资源，往往还和其网络关系中信息、渠道等各种外在资源有关。在此背景下，企业在各自复杂的社会网络环境中将通过企业网络关系来提升企业绩效（Granovetter, 1973^[1]；Burt, 1992^[2]），掘取各种所需要资源（Chi, 1994）^[3]，进行专业分工（Miles and Snow, 1984）^[4]、资源互补的合作，寻找特定市场机会（Doz & Hamel, 1998）^[5]，互相分担风险（Hamel, Doz & Prahalad, 1989）^[6]，从而取得竞争优势。

企业网络之间的合作和资源分享能够为企业带来相当多的利益（Doney & Cannon, 1997）^[7]，帮助企业获取更高的绩效收益（Kalwani & Narayandas, 1995）^[8]。例如，台湾某企业通过与供应链上其他企业建立良好的网络关系，使公司获取了较高的投资回报和绩效（Bovet & Martha, 2000）^[9]；此外分包网络、“硅谷”、空中客车等的成功发展也备受瞩目。

在中国这一个强关系社会背景下，“关系”一词不仅和人们的生活息息相关，对于在产业集群中身处错综复杂网络关系中的企业来说也十分重要。在全球经济一体化的浪潮中，随着中国制造业的不断发展，国内企业也深深地嵌入的全球化的产业链中。在国内，由于地理环境、政策导向、经济因素又或者是自然优势，国内许多企业渐渐聚集在一起，现如今产业集群遍布祖国各地、各行业，如江浙纺织业、东北汽车工业基地等等，因此在中国，企业网络关系是企业发展的一个非常重要的因素。

本文先从理论上探究在中国的社会背景之下，企业与其所处企业网络的关系，接着根据企业网络关系的几个特征维度——中心度、结构洞和关键关系（定义见下节），探究企业所处的企业网络关系与其自身业绩的关系，并用实证研究在国内新的情境下再次验证了企业网络关系中中心度、结构洞度、关键关系与企业绩效的关系，反映了在中国强关系社会这一文化背景之下，社会网络关系对于提升企业绩效的积极意义，同时引入波特的战略管理理论和社会网络理论相结合，探讨了不同竞争战略在企业网络关系对企业绩效的影响中的权变作用，不仅丰富了

社会网络理论在企业管理领域的理论应用，同时可以给与企业在实践中更加直接的引导作用。最后本文通过数据样本中几个典型案例具体分析和解释了企业在复杂企业网络中如何处理企业网络关系和设定战略以实现发展壮大的具体过程。这些研究将对国内企业如何在企业网络中发展提供一些建设性的意见。

1.2 基础概念定义

在本文中，我们会涉及到三个社会网络关系的自变量——中心度、结构洞度和关键关系，为了方便理解¹，现将三者定义具体解释说明。

表格 1 企业网络关系特征概

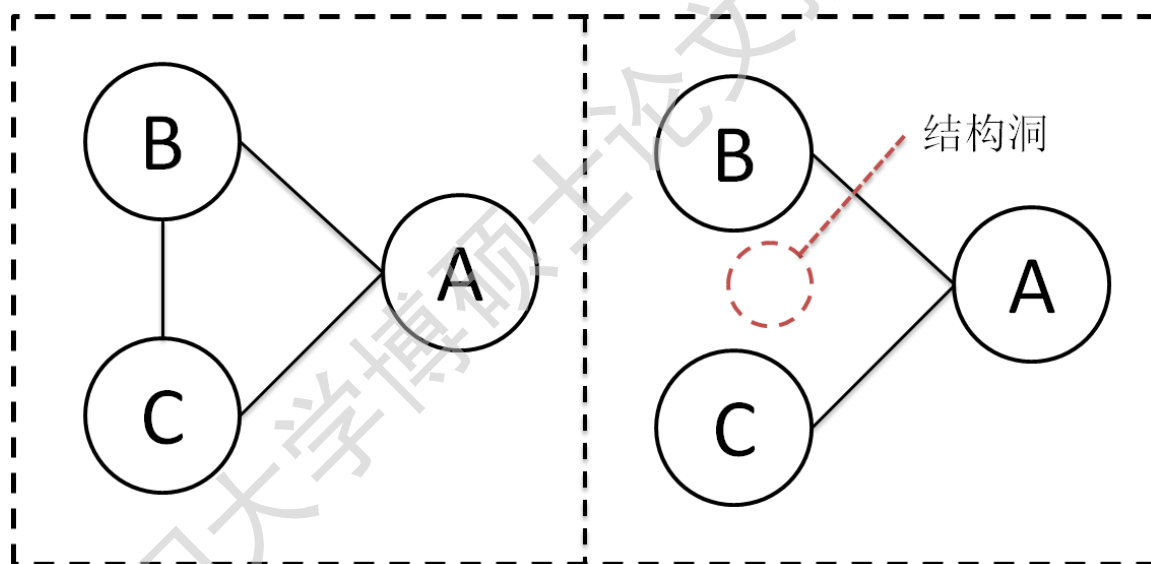
网络关系特征	定义
中心度	中心度指的是点在网络中的战略重要性（Freeman, 1979），是衡量个体行动者在网络中重要程度的变量，可用来考察企业充当网络中心枢纽的程度（Burt, 1992）和对资源获取与控制的程度。（Wasserman and Faust, 1994）
结构洞度	结构洞是指在网络中两个节点之间的非冗余连接，如果网络中的个体之间没有直接接触，必须通过第三者才能相互沟通，那么第三者的位置就属于结构洞位置，在关系重复和结构同型的网络中不存在结构洞。
关键关系	企业网络里与行动者（研究的那个企业）有直接联系，且最接近企业网络中心枢纽的那个企业（中心度最高），他与行动者之间的网络关系强度。

中心度（Centrality）指的是点在网络中处于网络中心的程度，是衡量点在网络中的战略重要性（Freeman, 1979），也是衡量个体行动者在网络中重要程度的变量，可用来考察企业充当网络中心枢纽的程度（Burt, 1992）²和对资源获取与控制的程度（Wasserman & Faust, 1994）。企业网络中各企业处于不同的网络位置，

¹由于本文涉及变量的概念是一些社会网络关系的专用词汇，如果是初次接触社会网络理论，这些变量可能过于陌生和难以理解，所以在本节予以解释。

接触着不同的企业，这代表不同的资源获取机会，而资源获取的机会对企业的绩效有重要的影响（Tsai, 2000^[10], 2001^[11]）。

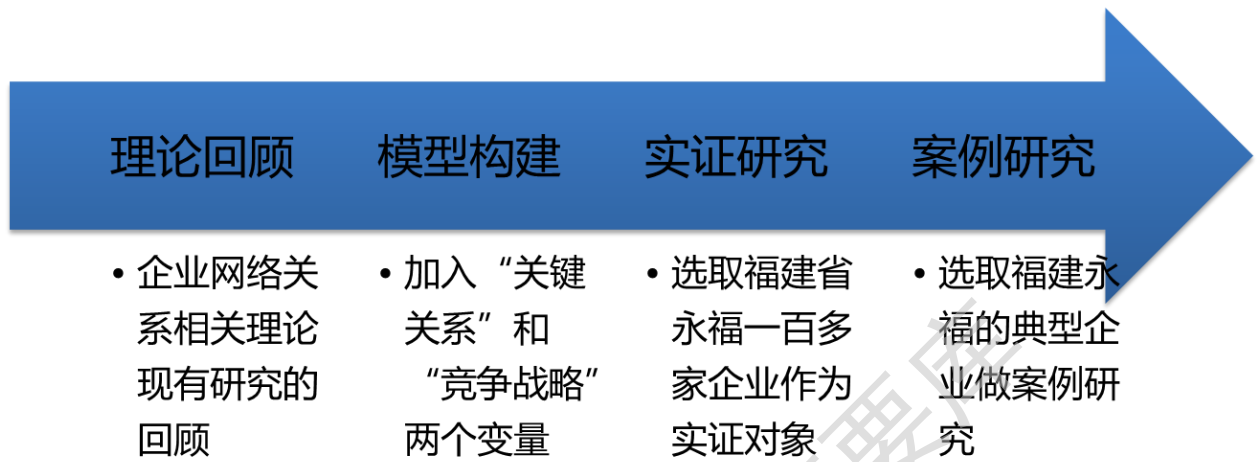
结构洞（Structural Holes）是指在网络中两个节点之间的非冗余连接，如果网络中的个体之间没有直接接触，必须通过第三者才能相互沟通，那么第三者的位置就属于结构洞位置，在关系重复和结构同型的网络中不存在结构洞（具体如图1）。Burt（1992）²指出，占据了结构洞位置，就掌握了信息利益（Information Benefits）和控制利益（Control Benefits）。占有结构洞多的企业，其关系优势就越大，获得较高利益回报的机会就高（Burt, 2000）^[12]。本文中结构洞度指的是结构洞的有效规模，即网络中的非冗余因素，等于个体网络中与企业相连的关系数量减去其所处个体网络的冗余关系（Burt, 1992）²。



图表 1 网络中的结构洞

关键关系（key relationships）是指企业网络里与行动者（研究的那个企业）有直接联系，且最接近企业网络中心枢纽的那个企业（中心度最高），他与行动者之间的网络关系强度。Krackhardt（1992）^[13]强调了企业应该讲注意力聚焦于那些对企业来说重要的关系。我们用 $T = \text{Max}(F_n) * P$ 计算关键关系，其中 F_n 代表每一个与行动者 i 相连的点的中心度，而 P 则代表在这些点之中中心度最大的点与行动者之间的关系强度。

1.3 研究步骤



图表 2 研究步骤

如上图所示，本文主要的研究步骤为 4 步：首先，本文将会对企业网络关系的相关理论研究进行系统的回顾，为模型的构建进行铺垫；接着在模型构建这章，笔者首先对现有的一些理论进行验证，接着通过理论推导出“关键关系”这一变量，探讨其与企业绩效的关系，此外还引入竞争战略这一调节变量，探讨其对网络关系与绩效的关系的影响；基于以上理论模型，本文接着选取了选取福建省永福一百多家企业作为研究样本；最后作者还打算选取福建永福的典型企业做案例研究以作为辅助验证，增加研究的内在效度。

第二章 相关理论和研究的回顾

2.1 社会网络理论回顾

社会网络理论最早诞生于上世纪 50 年代英国的社会学研究中。早期的英国结构功能主义学者用社会网络来描述社会的结构等简单问题,但是并未有进行深入的研究,也没有进行进一步的发展。但是不可否认,这种针对社会网络的分析方法早期在对小范围网络的研究是十分适用的,只是难以将其扩展到多个网络之间的研究范围中。在上世纪 50 年代后期,部分学者开始系统地研究、发展网络概念,以期将其运用于更广泛的研究领域。他们把社会网络简单定义为连接不同社会成员的关系。此后,社会学家们还将社会网络研究慢慢扩展到别的地方,社会网络的研究慢慢被引入了许多其他领域,如管理学。

Hakansson (1987)^[14]曾提出,网络包含了三种组成成分:行为主体(行动者)、网络中主体间的活动和网络中的资源。行为主体的定义不仅仅局限于个人或者单个企业等,广义上还应该包括政府、中介组织结构、教育和培训组织等其他附属或者中介组织。网络中主体间的活动主要指网络中行动者之间知识、信息技术、资本等资源的传递生产要素的流动等。综上所述,我们可以将网络是由多个行为主体,在相互间形成的各种活动中,通过资源在各个行动者之间的流动,形成了一种正式或者非正式的关系集合。

美国学者在研究网络问题时更关注与网络关系的社会影响,比较关心网络中的关系形式与社会制度等其他因素的关系。他们在研究齐美尔(G. Simmel)的一些著作之后,开始关注诸如社会网络和行动者之间的关系如何制约行动者行为的问题。随着英国人类学家对于网络研究的发展,美国学者扩大了社会网络的研究范围,并开始了定量分析的研究。在定量分析的研究初期,社会计量学家开始尝试将数学中的一些相关理论引入社会关系的研究中,然后以网络图来描绘小群体内部如两个人、三个人之间的关系并进行相应的理论研究。对于这种研究方法,一旦规模扩大到十多个人甚至更多人的范围,运用数学的方法将表示得十分困难和复杂。因此,针对大规模的群体研究,学者们引入了矩阵方法来研究社会网络,这在当时为研究社会网络中大规模群体的成员之间的网络关系提供了十分便利

的工具，且为后续的网络研究奠定了良好的基础。

上世纪 70 年代，社会网络分析的理论和方法日益成熟，网络分析日益成为社会学中有影响力的领域。随着 Granovetter (1973)^[1]的弱关系理论、Coleman (1992)^[15]的社会资本理论以及 Burt (1992)²的结构洞等经典社会网络理论研究的出现，社会网络理论在经济管理领域建立了良好的理论基础。

Michael (1997)^[16]等学者在基于对 Burt (1992) 的研究之后，将社会网络的研究区分出了 4 种研究视角，并以此为基础，建立了系统性的社会网络研究体系，这种研究体系得到了很多学者的认可。他们认为网络是行动者之间的一种关系集合，在他们的社会网络分析体系中，社会网络分析可以分为四种研究视角：结构研究视角、资源研究视角、规律研究视角以及动态研究视角。结构研究视角是描述网络中行动者之间关系的形式与强度，这是社会网络关系研究的基础和关键问题，也引起了大多数学者的强烈关注。由于网络关系的具体组成形式和性质差异会产生不同的关系结果，对于解决现实问题比较有直接的效果。资源研究视角是从行动者所拥有的各种资源入手，研究这些资源在复杂的网络中的分布、聚集和流动，来解释一些差异问题或者指导企业实践。规律研究视角指的是针对社会网络中的规律进行研究，从而给处于社会网络中的企业指明方向。动态研究视角指的是社会网络并非一成不变的，从动态的角度去研究企业网络内部各种组成成分的发展，从而寻找出网络中行动者所面对的各种机会和威胁。所以在本文中，我们将网络定义为多个拥有资源的行动者及其之间复杂关系组成的集合体(张其仔, 2001)^[17]。网络分析其实就是分析社会网络之中各行动者之间的交互关系。

为了进一步明确本文的研究对象，我们将企业社会网络进行简单的分类：(1) 根据企业社会网络范围的划分：组织内部的网络、组织内外部的网络和组织间的网络；(2) 基于企业社会网络中行动者的关系可以划分为：垂直网络（与上下游企业形成的供应链网络）和水平网络（与同游企业形成的竞合网络）；(3) 基于企业社会网络中关系的性质可以划分为：正式网络（基于生产、交易等企业活动形成）和非正式网络（基于企业高管情感、信仰等背景因素形成）。根据这样的分类，我们将本文研究的企业社会网络界定为组织间正式或者非正式的水平网络。

2.1.1 弱联系优势理论

弱联系优势理论 (Granovetter, 1973)¹ 的诞生是社会网络研究开始发展深入的标志。Granovetter (1973)¹ 认为, 网络关系是不同个人、组织之间由于各种交流活动而形成的一种紧密联系, 这与传统社会学中的情感、阶级或者别的抽象属性是有所区别的, 网络关系是实际存在的, 而并不是抽象概念。Granovetter 在其对社会网络关系的研究中引入关系强度 (The Strength of Tie) 的概念, 独创性地将网络关系区分为强关系和弱关系两种类型。并为了更好地以量化手段区分这两种网络关系类型, Granovetter 最早提出测量关系强弱程度的四个维度, 即关系频率 (Frequency of Contact)、关系历史或长度 (Length or History of the Relationship)、关系久度 (Contact Duration)、交流数量或互惠程度 (Number of Transactions)。在 Granovetter 的关系强度测量基础之上, 许多学者对于关系强度的测量进行了进一步的研究, 并发展出各种关系强度的测量模型, 但我们都可以看出基本上离不开 Granovetter 的测量框架。

此后, Granovetter 提出了弱联系优势理论, 他认为在社会网络中, 行动者之间的关系保持弱联系是具有优势的。其中, 他提到了信息桥这一概念, 信息桥就是网络中两个行动者之间能够信息传递的关系桥梁, 在研究中他认为信息桥是网络中弱联系产生优势的源泉。他还指出在企业网络中, 弱联系是充当信息桥的必要非充分条件, 只有弱联系才有可能成为信息桥。在随后的研究中, Granovetter 提到强联系一般是在特定的行动者或者节点之间才能产生, 这些行动者之间往往在经验、背景或者其他条件特征有着相类似的情况。在这样的情形下, 由于行动者在某些方面的情况是十分类似的, 因而这些强联系连接的行动者所拥有的资源在很大程度上容易产生资源冗余, 在信息传播上还很可能造成两个行动者信息的重叠和浪费。与之不同的是, 在社会网络中, 往往是那些背景条件不太相同的行动者之间才比较有可能建立弱联系, 而且在各种不同的群体网络中, 弱联系的分布要比强联系更为广泛。甚至在不同的网络群体之间, 弱联系可以更好地把信息从一个群体传递给另一个群体, 从而实现跨群体间的信息交流。相比之下, 维持弱联系所需要的成本要比维持强联系更低, 而传递和产生的资源与信息更具价值, 因而弱联系更有优势。

Degree papers are in the “[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)”. Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库